

TELEVISIÓN, EDUCACIÓN Y DEPORTE. HERRAMIENTAS PARA EL APRENDIZAJE

TELEVISION, EDUCATION AND SPORT. TOOLS FOR LEARNING

TELEVISIÓN, EDUCAÇÃO Y DEPORTE. HERRAMIENTAS PARA EL APRENDIZAJE



Joaquín Marín Montín*

Doutor (PhD) em Comunicação Audiovisual pela Universidad de Sevilla | Espanha

E-mail: jmontin@us.es

REVISTA PEDAGÓGICA

Revista do Programa de Pós-graduação em Educação da Unochapecó | ISSN 1984-1566

Universidade Comunitária da Região de Chapecó | Chapecó-SC, Brasil

Como referenciar este artigo: MONTÍN, Joaquín Marín. Televisión, educación y deporte. Herramientas para el aprendizaje.

Revista Pedagógica, Chapecó, v.16, n.32, p. 101-115, jan./jul. 2014.

RESUMEN: La televisión ha influido decisivamente en la configuración del deporte más reciente, convirtiéndose en muchos casos en su principal fuente de ingresos. Diferentes disciplinas deportivas han ido transformándose para poder adaptarse a su captación audiovisual. La realización televisiva ha permitido acercar aspectos técnicos del deporte difícilmente apreciables en vivo. El desarrollo tecnológico digital ha revolucionado la recepción de las imágenes y sonidos del deporte, acercando cada vez más la acción al espectador. Desde el punto de vista educativo las repeticiones constituyen uno de los recursos claves para el análisis de los gestos técnicos del deporte. El desarrollo de nuevas técnicas de grafismo basadas en la realidad virtual ha ayudado a comprender nuevos aspectos del deporte. La integración de la televisión con nuevos medios audiovisuales como Internet y la telefonía móvil está permitiendo potenciar la difusión de los valores educativos de la actividad física y deportiva.

PALABRAS CLAVE: Televisión. Deporte. Educativo. Espectáculo.

ABSTRACT: Television has a decisive influence on present sports. Television is frequently the main source of income for sports. Different sports have been transformed to adapt to television coverage. Sports television production has allowed watching technical aspects of live sports. The digital technology development has revolutionized the reception of images and sounds of the sport. From the educational viewpoint, video replays allow the analysis of gesture and action in sports. The development of virtual reality techniques has discovered new aspects of sports. The integration of television with the Internet and mobile phone is creating new ways to show educational values of physical activity and sport.

KEYWORDS: Television. Sport. Educational. Show.

RESUMO: A televisão tem influenciado de forma decisiva na configuração do esporte atual, configurando-se muitas vezes na sua principal fonte de recursos econômicos. Diferentes modalidades esportivas vêm se transformando, tendo em vista a sua transmissão audiovisual. A produção televisiva possibilita observar aspectos técnicos da prática esportiva difícilmente percebidos ao vivo. O avanço tecnológico digital está revolucionando a recepção de imagens e sons dos esportes, aproximando cada vez mais a ação esportiva do espectador. Do ponto de vista educativo as repetições constituem-se um dos recursos utilizados para a análise da técnica esportiva. O desenvolvimento de novas técnicas de ilustração baseadas na realidade virtual vem contribuindo para a compreensão de novos aspectos do esporte. A integração da televisão a outros meios audiovisuais como internet e telefonia móvel está permitindo potencializar a difusão dos valores educativos da atividade física e esportiva.

PALAVRAS-CHAVE: Televisão. Esporte. Educativo. Espetáculo.



* Doutor (PhD) em Comunicação Audiovisual pela Universidad de Sevilla. Professor do Departamento de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Literatura - Universidad de Sevilla.

INTRODUCCIÓN

El sentido actual del deporte no se entiende sin su vinculación a los medios de comunicación. La actividad deportiva constituye no sólo un fenómeno social sino también cultural que centra diariamente la atención de millones de personas, ya sean como practicantes o espectadores. Vivimos en una sociedad donde muchos valores y normas se modifican constantemente, donde medios de comunicación de masas tienen un enorme poder para presentar y difundir estos cambios. Así, por ejemplo, los niños van aprendiendo cómo se comportan sus ídolos deportivos tendiendo posteriormente a imitar algunas de sus conductas. De igual modo, el éxito mediático del deporte lleva aparejado una simbología representada por personas ordinarias confrontadas a dificultades, fracasos y alegrías. De esta forma, los medios de comunicación obtienen del deporte sus mejores cifras de audiencia, los dirigentes políticos lo mencionan continuamente en sus discursos y las grandes empresas compiten por patrocinar a una gran figura individual o un colectivo del deporte. Sin embargo, la creciente dependencia que el deporte tiene de las estructuras comerciales y de negocios en las sociedades capitalistas ha sido fuertemente criticada. De ahí, que teóricos marxistas del deporte lo interpretan como un síntoma de la masificación y consumismo de la vida social de dichas sociedades. El desarrollo más visible del consumo unido al deporte es el del espectáculo deportivo en televisión. Y es que pocas actividades dedican tanto espacio de tiempo que movilicen regularmente tantos millones de espectadores.

DEPORTE A TRAVÉS DE LA TELEVISIÓN

En las últimas décadas entre el deporte y la televisión se ha ido generando una relación de interdependencia que va más allá de la mera rentabilidad económica. La consideración del deporte como espectáculo ha obligado también a la transformación del mismo para su retransmisión. De este modo, las grandes competiciones deportivas están concebidas como espectáculos, y conectan con el propio sentido del vocablo: “función o diversión pública celebrada en un teatro, en un circo o en cualquier otro edificio o lugar en que se congrega la gente para presenciarla” (2014). Hoy día es impensable que ningún gran evento deportivo sin la presencia de la televisión. Muchos de los deportes que hoy conocemos se lo deben a su aparición en la pequeña pantalla. Incluso han ido surgiendo nuevas disciplinas deportivas diseñadas, sobre todo, para favorecer su cobertura audiovisual. A lo largo de la historia, la televisión ha sido testigo de las hazañas realizadas por diferentes deportistas que han contribuido a la popularización de muchos deportes que no hubiera sido posible de no ser por la difusión televisiva. Pero también el deporte se ha convertido en elemento primordial de la

programación de muchas televisiones gracias a las altas cifras de audiencia que se pueden llegar a alcanzar.

La retransmisión de grandes eventos deportivos como los Juegos Olímpicos, las Copas Mundiales de fútbol y otras pruebas internacionales movilizan un importante número de personas, tanto a la práctica deportiva como a la compra de materiales y equipos para la misma, aunque eso no signifique que tales personas se conviertan en practicantes asiduos de tal deporte. En este sentido, los próximos Juegos Olímpicos de Rio de Janeiro 2016 volverán a congrega cifras record de audiencia, impulsadas por el desarrollo mediático en el contexto de un país como Brasil en plena emergencia de dimensiones económicas, políticas y sociales. Pero también será una buena oportunidad para transmitir los aspectos educativos del deporte a una sociedad en la que aún se perciben desigualdades. Por todo ello, las enormes posibilidades de influencia de los medios de comunicación, especialmente la televisión, pueden ser aprovechadas para difundir, no sólo el gran evento deportivo de las competiciones, sino también el impulso de acciones educativas en diferentes sectores sociales de la población alrededor de la práctica saludable del deporte.

La difusión televisiva de los espectáculos deportivos complementa a los otros medios de comunicación. Según Gutiérrez (2003, p. 180) los medios “deben resaltar más las virtudes humanas puestas en juego, el proceso seguido para conseguir el resultado, que el resultado en sí mismo como objetivo último y a veces único”. Los periódicos deportivos y en menor medida, la prensa generalista aprovechan la difusión de imágenes deportivas. Las descripciones y los análisis que encontramos en la prensa escrita, parecen completar la imagen y el comentario en directo. Muchas crónicas y análisis se apoyan en repeticiones de jugadas o acciones ofrecidas por televisión. Por otro lado, la radio en directo utiliza la señal de televisión para ofrecer narraciones lo más minuciosas posible. Así, la televisión se convierte en testigo del cumplimiento del reglamento en diferentes deportes. Pero también la televisión, desde una dimensión más formativa permite analizar gestos técnicos desde distintos puntos de vista que ayudan al aprendizaje y perfeccionamiento en el entrenamiento deportivo. No cabe duda que la pequeña pantalla ha sido además uno de los elementos claves para el mantenimiento del deporte convertido en profesional y espectáculo gracias al medio televisivo. Mediante un amplio despliegue de medios técnicos, la televisión aporta a la puesta en escena de la competición una serie de recursos estéticos y expresivos para hacer llegar al telespectador sensaciones y efectos que ni en el propio recinto deportivo el aficionado podría percibir.

Por otro lado, la mediación televisiva también ha permitido favorecer una mejor percepción estética de cada deporte. Cada disciplina deportiva envuelve dimensiones

artísticas que la propia cobertura televisiva ayuda a potenciar. Para referirse a este aspecto hay que considerar además el escenario donde tiene lugar la competición deportiva así como el tipo de evento. Así, hay disciplinas deportivas más propicias para la recreación estética en televisión por su alto componente artístico. Como señalan Lallana del Río y Kennet (2006, p. 36). “se destaca la importancia de la estética en la natación, la gimnasia (artística, rítmica y trampolín) como en la natación sincronizada la expresividad y la estética forman parte de la nota, y por tanto influyen en el resultado”. Del mismo modo, hay disciplinas que potencian su aspecto estético en televisión a partir de la repetición en imágenes ralentizadas de la ejecución técnica del gesto deportivo: salto de altura en atletismo, salto de trampolín sobre el agua, golpeo de *swing* en golf, etc. Sobre este aspecto, haremos mención de forma específica en la última parte del texto.

LA ADAPTACIÓN DEL DEPORTE A LOS PATRONES TELEVISIVOS

La comercialización del deporte tiene su origen en Estados Unidos, impulsada decisivamente por la televisión. Las grandes ligas de béisbol (MLB), baloncesto (NBA), fútbol americano (NFL) y hockey hielo (NHL) se profesionalizan especialmente gracias a la venta de sus derechos televisivos que alcanzaron cifras desorbitadas. En este sentido, la principal fuente de ingresos de los equipos o franquicias comenzó a proceder de los contratos con la televisión, que se rentabilizan gracias a las altas cifras de audiencia. Ya en 1974 un combate de boxeo por el título mundial de los pesos pesados entre Cassius Clay y George Foreman llegó a ser el programa más visto de la historia por encima incluso de la llegada del hombre a la Luna.

En las últimas décadas, determinados deportes, como el fútbol, han jugado un importante papel en muchas estrategias televisivas de mercados, especialmente en Italia, España, e Inglaterra. La venta y explotación de los derechos de televisión de los clubes deportivos, reconvertidos en empresas, han transformado las competiciones con cifras económicas inimaginables hasta entonces en el deporte. En el caso de España la profesionalización de las entidades deportivas originó las denominadas sociedades anónimas deportivas (SAD). Estos nuevos organismos permitieron desarrollar como años atrás en Estados Unidos la venta de derechos de televisión de las principales competiciones deportivas con cantidades desorbitadas, especialmente la de fútbol. Todo ello permitió al fútbol español manejar altos ingresos económicos que en los últimos años ha internacionalizado la competición en los cinco continentes. De este modo, la venta de estos derechos televisivos especialmente alrededor de Real Madrid y FC Barcelona, ha atraído la llegada de los mejores jugadores a los que acompaña un gran impacto publicitario como el caso de Cristiano Ronaldo en

Madrid y más recientemente de Neymar Jr. en Barcelona. De este modo, alrededor de esta construcción mediática del fútbol se ha generado una compleja macro estructura económica, en la que el marketing deportivo diseña las estrategias a seguir para alcanzar la máxima rentabilidad.

Por otro lado, la mayoría de los deportes han debido adaptarse a las necesidades televisivas que logren atraer importantes niveles de audiencia. Y esta adecuación del deporte al medio televisivo tiene su origen en Estados Unidos. De hecho, las reglas de algunos deportes como el fútbol americano comenzaron a introducir cambios a principios de la década de los setenta del pasado siglo por la fuerte influencia mediática. Así, en el citado deporte se varió la división de los periodos de tiempo en el juego para permitir más anuncios de televisión, se reformaron las dimensiones del campo y se modificó el tipo de penalizaciones para favorecer el espectáculo televisivo. Fuera de Estados Unidos, en las dos décadas diferentes federaciones deportivas han ido cambiando sus normas introduciendo nuevas reglas que favorezcan prioritariamente la producción televisiva. Así, por ejemplo, la Federación Internacional de Baloncesto (FIBA) siguió el ejemplo norteamericano de la NBA posibilitando algunas transformaciones como la introducción de «tiempo muerto para televisión» que interrumpe el juego según lo solicite la cadena televisiva responsable de la retransmisión del evento. Por otro lado, la Federación Internacional de Tenis (ITF) para impedir que los partidos duren indefinidamente introdujo en su reglamento un cambio en el sistema de puntuación de «tie-break». Esta medida responde a la exigencia de las televisiones de reducir el tiempo de duración de los partidos debido a la caída de índices de audiencia en algunos países (Estados Unidos, Francia, Alemania) con mayor seguimiento de telespectadores. Asimismo, la Federación Internacional de Voleibol (FIVA) ha ido cambiando algunas de sus reglas desde la década de los 90 desde la inclusión del líbero, al sistema de puntuación «rally-point» o los cambios de saque acorde a los requerimientos de la espectacularidad del deporte y necesidades de la televisión. Por último, la Federación Internacional de Atletismo (IAAF), ha ido introduciendo diversos cambios, como la eliminación de las dos salidas nulas en las carreras de pista, así como los tres intentos en los concursos con el fin de no alargar el tiempo de competición y poder adaptarlo a la programación televisiva.

LA REALIZACIÓN DEL ESPECTÁCULO DEPORTIVO

El deporte se convierte en género televisivo cuando las retransmisiones en directo alcanzan su máximo desarrollo gracias a la aplicación de la tecnología en los grandes eventos. La esencia de la realización en directo permite a la televisión captar al mismo tiempo el hecho en sí sin posibilidad de detención. Desde el punto de vista de la pro-

ducción la retransmisión deportiva requiere una rigurosa preparación previa la celebración del evento, como bien señala Brad Schultz (2002, p. 133), “producing is the hardest job in sport broadcasting, because it requires the most planning and preparation”.

Uno de los elementos claves en la realización televisiva es la utilización de la técnica multicámara, que permite fragmentar el evento en diferentes puntos de vista, enriqueciendo al máximo la narrativa del discurso deportivo. Es lo que también se denomina planificación y que se refiere a los diferentes emplazamientos de cámara que cubren todo lo que pueda ocurrir. La planificación quedará condicionada por el tipo de producción del evento deportivo. Cada deporte exige una serie de elementos propios que aconsejan una producción específica para ofrecer la máxima calidad para su retransmisión. Y es que el deporte se ha tenido que ir adaptando a los elementos del lenguaje audiovisual para su captación debido a que la televisión como se ha señalado anteriormente constituye una pieza clave en el entramado principal organizador de la competición deportiva. En los grandes eventos deportivos, la televisión local que coordina la señal para otras compañías (Host Broadcaster) es el componente principal a partir del cual se alcanza la mayor dimensión comunicativa. Y en este sentido, las innovaciones tecnológicas han permitido transformar las transmisiones aplicándose nuevos recursos que acentúen lo mejor de cada deporte. Por todo ello, tal como señala Garry Whannel (1992, p. 242), el desarrollo de la televisión deportiva ha estado ligada a la transformación del deporte: “the development of television sport by linking its economic transformation with the cultural forms which it is represented. Many changes to sports have been caused by television. Television has decreased the degree of autonomy of lived cultural of the sporting world”

PUNTOS DE VISTAS DEL DEPORTE Y SUS REPETICIONES

El deporte como actividad física implica casi siempre movimiento. Gracias al lenguaje audiovisual la actividad deportiva puede ser mostrada desde variadas puntos de vista y bajo diferentes significados. La realización televisiva de un acontecimiento deportivo trata de ofrecer la mayor cantidad de información posible, ofreciéndola de la forma más estética posible, buscando para ello ofrecer los mejores ángulos y transmitir las mejores sensaciones a los espectadores. De ahí que el punto de vista de la cámara es un elemento clave para ver correctamente una acción sin que ocasione dudas o confusión. Hay que tener en cuenta que el espectador deportivo medio suele ser, por lo general, un público regularmente adepto que es capaz de apreciar el más mínimo detalle. En este sentido, es muy importante que el equipo de producción y realización conozca con cla-

ridad el deporte a mostrar, conociendo sus reglas y aspectos más importantes.

A lo largo de la historia, el deporte ha servido de banco de pruebas para poner en marcha diferentes tipos de cámaras para captar de la forma más espectacular posible las acciones deportivas. Y en este sentido, la aportación de Leni Riefenstahl en la filmación del deporte ha sido fundamental para la televisión. La realizadora alemana llegó a utilizar hasta treinta y cinco tipos de cámaras. A muchas de ellas hay que unir diferentes mecanismos a través de los cuales les acompañaba con movimiento. Muchos de aquellos dispositivos resultan hoy día, casi ochenta años después, habituales en las retransmisiones de televisión, como pueden ser las mini-cámaras, los travelling, las cámaras aéreas, etc. Debido a la concepción cada vez más espectacular del deporte, los movimientos de cámara constituyen recursos fundamentales en las realizaciones televisivas. Pese a esta circunstancia, desde el punto de vista del lenguaje audiovisual, los movimientos deben tener siempre una justificación para que sean aceptados por el espectador de forma lógica y natural.

Por todo ello, las diferentes innovaciones tecnológicas logradas en los métodos de captación de la imagen y el sonido así como los procesos de edición y posproducción han permitido nuevas posibilidades expresivas para la realización televisiva del deporte. Así los movimientos y aplicaciones de las cámaras permiten acercar al máximo el deporte al espectador implicándose en la acción con nuevos dispositivos. De esta forma, el deporte gana en espectacularidad y en belleza gracias a estos nuevos puntos de vista en ubicaciones hasta no hace mucho tiempo impensables. Las constantes innovaciones tecnológicas, favorecidas por la digitalización, están afectando a la percepción de los mensajes. A continuación, vamos a referirnos de forma específica a algunas de ellas.

Las mini-cámaras han revolucionado la percepción de muchos deportes. Así, los deportes de motor como la Fórmula 1 y especialmente el motociclismo son descritos de manera distinta en su narrativa televisiva en el momento en que se introducen pequeñas cámaras adosadas a los propios vehículos de competición. Sin embargo el desarrollo tecnológico de las mini-cámaras hacen que cada vez sean más habituales en las realizaciones televisivas de cada vez más deportes. Según Fandiño (2002, p. 136), “las mini-cámaras aportan sensación de velocidad al ver la pista relacionada con el coche y la actuación del piloto”. En otros deportes como el baloncesto, es habitual encontrarla en la parte posterior del tablero de la canasta. A veces, también se coloca sobre el techo del recinto de juego ofreciendo un punto de vista cenital del juego. En otras disciplinas como el atletismo se utiliza en las diferentes pruebas de saltos. Así, por ejemplo, en el salto de longitud se coloca en la tabla de batida para de esta forma observar el detalle de la pi-

sada. En el salto de altura y también el de pértiga la cámara se coloca sobre uno de los pilares que sujeta el listón. En todos ellos se aprecian además puntos de vista muy útiles para la comprensión de elementos técnicos. En el fútbol, este tipo de cámaras se han ido utilizando sobre todo en la zona trasera de las porterías, ofreciendo puntos de vista de faltas cercanas al borde del área, muy útiles para apreciar los lanzamientos de faltas. La evolución tecnológica continua así como la reducción de costes de producción en la utilización de estos dispositivos están permitiendo que las mini-cámaras se vayan extendiendo cada vez más a diferentes tipos de deportes. Su perfeccionamiento está permitiendo ofrecer ya no sólo espectacularidad sino también un mayor sentido narrativo audiovisual.

Junto a las mini-cámaras, hay que mencionar otros dispositivos que habitualmente acompañan la cobertura televisiva de muchos deportes:

- Cámaras sobre raíles o *tracking*. Permiten acompañar el movimiento del deportista y pueden moverse con gran estabilidad a velocidades variables. En atletismo en pista se utiliza especialmente para acompañar lateralmente las pruebas de velocidad (100 m, 110 mv, 200 m).
- *Mobyacam*. Es una cámara subacuática que se maneja por control remoto y permite recorrer un largo recorrido, como las piscinas olímpicas de 50 m. Este dispositivo ha revolucionado completamente la realización televisiva de la natación. No sólo ofrecen además unas imágenes de gran belleza sino que aportan detalles técnicos relacionados con la biomecánica.
- Cabeza caliente. Es un mecanismo manejado por control remoto que permite situar la cámara en posiciones difícilmente accesibles para una grúa con operador. Sirva de ejemplo, en fútbol detrás de las porterías, ofreciendo una gran variedad de planos y movimientos en todas las direcciones.
- Cámara lenta y cámara súper-lenta (SLM). Permiten captar las imágenes a diferente velocidad que la estándar. Cámara lenta (25 fps) y cámara súper-lenta (75 fps y superior). Acentúan la espectacularidad de los deportes, especialmente la segunda de ellas ya que logra una nitidez asombrosa en las escenas de acción.
- Cámara adosada a un cable (*Skycam / Cablecam / Spidercam*). (v. Figura 1). Es un dispositivo compuesto de una cámara que cuelga de un sistema de cables sobre un recinto. Cubre distintos ángulos de espacio permitiendo panorámicas e inclinaciones. Su uso se inició en el fútbol americano y se ha ido aplicando a diferentes deportes como el fútbol o el tenis.

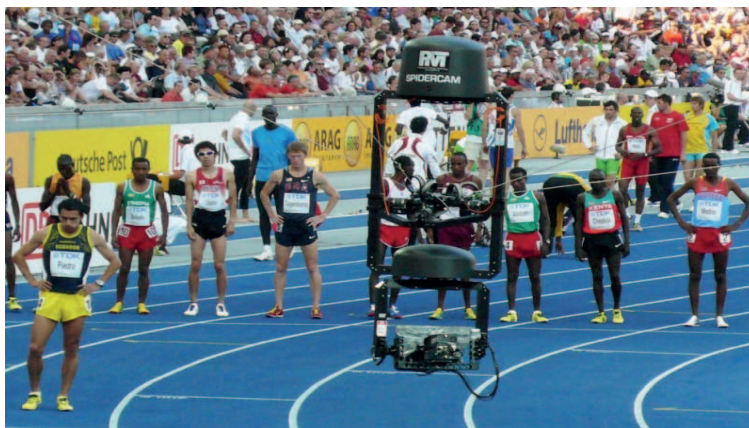


Figura 1

- Cámaras sobre vehículos (*motocam, helicam*). Deportes como el ciclismo no se entendería sin este tipo de cámaras. En las motos, los operadores acompañan la competición según la dinámica de la competición. En el caso de los helicópteros, suelen ser cámaras controladas por control remoto (*Wescam*) que ofrecen planos difícilmente logrados desde posiciones fijas, como es el caso la vela.

De todas las cámaras mencionadas anteriormente, conviene detenerse especialmente en la cámara súper-lenta. Se trata de un dispositivo que, a diferencia de las cámaras normales, capta con mayor detalle las acciones. Su fundamento tecnológico reside en lograr un mayor número de cuadros por segundo (150 frente a los habituales 50). Frente a la cámara lenta tradicional, la también denominada “*superslow motion*”, logra mayor detalle de los movimientos consiguiéndose mostrar unos planos de gran espectacularidad y belleza. Este dispositivo se utiliza generalmente para mostrar sobre todo repeticiones de acciones no reflejadas en vivo así como recalcar momentos destacados.

Precisamente, otro de los elementos de mayor relevancia para la realización televisiva del deporte son las repeticiones o “*replays*”. Se trata de un recurso audiovisual no sólo fundamental para la comprensión del deporte, sino que además está ya firmemente establecido en la sintaxis de la narrativa televisiva. Además, las repeticiones han permitido crear una especie de “cultura televisiva del *replay*”. En la realización de deportes en televisión las repeticiones se utilizan para aclarar acciones polémicas, mostrar aspectos que han pasado desapercibido en directo o recrear acciones espectaculares. Gracias a la repetición, dependiendo del número de cámaras, el espectador puede ver en segundos la acción reproducida desde diversos ángulos. Un rasgo determinante en las repeticiones es poder capturar y ofrecer todo lo espectacular del deporte que, en directo, el ojo humano no puede apreciar. Por ejemplo, durante los saltos de trampolín en piscina,

al ser un deporte donde la acción dura escasos segundos, es necesario ver la acción repetida para comprobar con claridad la ejecución del ejercicio.

Actualmente, el incremento del número de cámaras en las retransmisiones deportivas ha permitido convertir las repeticiones en un componente clave que traspasa la propia televisión. Ya es habitual la presencia de grandes pantallas en los escenarios deportivos es utilizada por diversos colectivos para poder ver repeticiones de acciones concretas. Por un lado, el espectador presente en los estadios y otros recintos deportivos gracias a estas pantallas puede seguir no sólo en directo la evolución de la competición sino también en algunos casos ver las repeticiones de situaciones que a primera vista no ha podido percibir. Pero también los propios deportistas en la competición observan en estas pantallas detalles de las acciones que ellos están protagonizando.

De ahí que las repeticiones se haya convertido en uno los componentes imprescindibles en la captación audiovisual del deporte. Y es que este recurso permite aclarar aspectos en el deporte que han pasado desapercibido en directo durante la acción, como una jugada de fuera de juego, una batida en longitud o una llegada al sprint en ciclismo. Pero también permiten analizar gestos técnicos así como recrear de forma espectacular de los gestos deportivos, especialmente cuando se aplican tecnologías como la cámara súper-lenta, anteriormente señalada. Es tal la importancia de este recurso que en la actualidad hay una dependencia cultural en el espectador potenciada con la presencia de enormes pantallas LED en los escenarios deportivos. Las repeticiones forman parte de lo que Sergio Quiroga denomina “*cultura televisiva del replay*” en la que refiriéndose al fútbol: “una jugada cualquiera del partido es reproducida por los ojos de las cámaras. Se las ve desde distintos ángulos y a velocidades diferentes. Cada episodio, produce una visión completamente distinta. No sólo se trata de contar un partido por televisión, cada secuencia es reproducida hasta el infinito por sucesivas operaciones: fragmentación, amplificación y repetición” (1999).

LOS SONIDOS DEL DEPORTE

Al igual que la imagen, otro elemento decisivo en la realización televisiva del deporte se refiere al sonido. Y es que cada deporte genera elementos sonoros propios que necesariamente deben ser captados para su adecuada comprensión. El golpeo del balón en el fútbol, el sonido característico del motor de un Fórmula 1, el pedaleo en el ciclismo o la palada en el remo. De igual modo la retransmisión televisiva suelen ir acompañada casi siempre de la voz del comentarista que describe y analiza las acciones que van aconteciendo. Completan este paisaje acústico del deporte, el sonido ambiente que permite en-

granar narrativamente el discurso, como la reacciones del público asistente en el escenario deportivo. Al igual que en la imagen, en los últimos años ha habido una tendencia acercar al máximo la acciones deportivas y que han permitido captar nuevos elementos sonoros, como introducir micrófonos en los jueces de las competiciones como es el caso del rugby.

Cada deporte ofrece unos sonidos característicos que potencian notablemente su realización televisiva: el golpeo de un balón en fútbol, de una pelota en el tenis, el galope de los caballos, el pedaleo de los ciclistas, el motor de un Fórmula 1, el sonido de las olas al chocar con las embarcaciones en la vela, el de la pistola del juez en una salida de atletismo son algunos ejemplos de la información auditiva que los deportes ofrecen. Además no hay que olvidar el propio sonido ambiente que rodea a cada evento deportivo y completa toda esa atmósfera sonora. Al igual que ha sucedido en la imagen, se han ido buscando nuevas formas de captación del sonido que aporten nuevos elementos de significación. La tendencia de acercar al máximo la acción del deporte, como se indicó anteriormente con las cámaras, incide también con el sonido. Así, en Estados Unidos desde hace tiempo los árbitros de fútbol americano llevan incorporado un micrófono que permite a los espectadores escuchar las indicaciones que ordena en los partidos. Y es que para permitir este acercamiento en los últimos años, reglamentos de algunas competiciones deportivas han permitido introducir micrófonos en los árbitros. Este es el caso del Trofeo Seis Naciones, la competición más importante de rugby, en la que los espectadores disponen de una línea de información más gracias a la recepción sonora con detalle sobre lo que ocurre en el campo de juego.

El otro aspecto del sonido en la realización del deporte en televisión corresponde a las locuciones de los comentaristas que narran el evento en el caso de una retransmisión. Se trata de una circunstancia decisiva, no sólo para una correcta información y comprensión, sino para educar también en ese deporte a través de la televisión. En este sentido, los Juegos Olímpicos permiten la transmisión televisiva de muchas disciplinas deportivas que tienen la oportunidad de ser conocidas por primera vez millones de espectadores. El deporte en televisión genera tal cantidad de información que no siempre es suficiente mostrarla con las imágenes captadas por las cámaras y las voces de los comentaristas. Las necesidades informativas de un acontecimiento deportivo varían enormemente dependiendo de la categoría del mismo. El desarrollo de la tecnología ha permitido añadir una nueva vía de información a los espectadores, que exigen cada vez más que le expliquen lo que están viendo. Y en este sentido, hay que mencionar los aspectos gráficos y la puesta en escena, que a continuación vamos a desarrollar.

ELEMENTOS COMPLEMENTARIOS EN LA REALIZACIÓN AUDIOVISUAL DEL DEPORTE.

Cada disciplina deportiva genera múltiple información que necesita apoyarse en elementos gráficos. El desarrollo de la tecnología digital ha permitido potenciar la importancia que alcanza el grafismo en la realización televisiva del deporte, cumpliendo dos funciones: informativa y pedagógica. Así, por ejemplo los elementos gráficos informan del tiempo de reacción de los atletas de una carrera de 100 m, registra elementos estadísticos de un deportista o indica a que país pertenece cada nadador colocando cada bandera virtualmente sobre cada calle de la piscina. Pero el grafismo también tiene una función pedagógica, especialmente cuando se aplican técnicas de realidad virtual. Este es el caso de la vela, en cuyas competiciones de la Copa América utiliza infografías que describen la trayectoria de cada bote en diferentes momentos de la competición. Precisamente la aplicación de técnicas infográficas desde los años 90 del pasado siglo se ha convertido en muchos deportes en un elemento decisivo para aclarar acciones controvertidas no captadas por la imagen real. Tal como señala Garry Whannel (2009, p. 210), “digital rotation of still images further aided analysis of controversial decisions. These resources, applied to sports as diverse as cricket and American football have greatly enhanced the ability of televisión to dissect and analyze sporting moments”. Deportes como el tenis ha reglamentado este sistema informático (“ojo de halcón”) en algunos de sus torneos oficiales.

El grafismo sirve como instrumento de información y de guía, siendo una aportación directa al éxito de cualquier producción televisiva de deportes. Gracias a la tecnología informática el tratamiento gráfico en televisión ha evolucionado en los últimos años. Al principio la producción gráfica para deportes se limitaba a proporcionar sencillos textos. Poco a poco, siguiendo el patrón norteamericano, fueron apareciendo equipos más avanzados que incluían, entre otras prestaciones, la creación de logotipos. Más tarde, los recursos gráficos entraron a formar parte de las unidades móviles concibiéndose ya un grafismo propio para televisión. Así aparecen compañías especializadas en aplicaciones gráficas televisivas. El grafismo se presenta de diversas formas según la aplicación a cada deporte. Una de las funciones de las presentaciones gráficas es puramente pedagógica. En ocasiones, el espectador se enfrenta a un deporte por primera vez, necesitando que se le explique de una manera didáctica y atractiva lo que esta viendo. Así por ejemplo, el componente gráfico ofrecido en los últimos años en la Fórmula 1 junto a los comentarios ha ayudado a enriquecer el producto audiovisual, acercando a los aficionados detalles de un de-

porte que anteriormente pasaba más desapercibido para la televisión. Por otro lado, la relación espacio-temporal suele tenerse en cuenta en las informaciones gráficas de muchos deportes. En la vela, por ejemplo, al no marcarse un espacio fijo se precisa de un elemento aclaratorio que puede proporcionar el grafismo, acompañado en ocasiones de recreaciones virtuales en 3D gracias a la utilización de la tecnología GPS. Otra de las funciones informativas del grafismo es ofrecer datos finales del resultado de una competición. En atletismo o en natación son fundamentales las clasificaciones para saber el desenlace final de una carrera de velocidad que en muchos casos no se puede apreciar en directo y precisan además de la repetición del dato gráfico. Completan el aspecto informativo otros datos que se van ofreciendo durante la retransmisión del evento deportivo. De igual modo, en el ciclismo en ruta, se muestran informaciones relativas a los perfiles de la etapa, el lugar por donde pasa la carrera o la moto que está proporcionando la imagen de la carrera. La recreación virtual de espacios que no se pueden apreciar fácilmente con la imagen real es una herramienta de gran utilidad para retransmitir ciertos deportes. Y en este sentido, también es interesante destacar como los videojuegos han influido de forma decisiva en la utilización y aplicación de este elemento en televisión.

Por otra parte, la consideración del deporte como espectáculo ha obligado a la transformación de la puesta en escena de los escenarios de las competiciones para su retransmisión televisiva. Así, las exigencias televisivas han demostrado como muchos deportes pueden transformarse en más atractivos y espectaculares gracias a la adaptación de su iluminación. De ahí que los nuevos espacios donde se desarrollen los grandes eventos deportivos se diseñen teniendo en cuenta el criterio televisivo (v. Figura 2. Palau Sant Jordi. Mundial de Natación 2003). Desde el punto de vista expresivo la iluminación, al crearse un ambiente, influye sobre el espectador en sus interpretaciones y reacciones. De este modo, toda la puesta en escena televisiva del deporte debe estar adecuadamente iluminada. En este sentido, la iluminación constituye un factor clave en la consideración del deporte como espectáculo. Sin embargo las condiciones lumínicas varían si el evento se celebra en un recinto exterior o interior. En el primer caso, variará según la orientación solar. De ahí que para alcanzar un mayor control en la iluminación y lograr potenciar sus aspectos creativos hay una tendencia hacia la celebración de eventos en horarios nocturnos, que aunque exigen mayor gasto de producción visualmente su apariencia resulta mucho más atractiva para la televisión. En cuanto a los recintos interiores, a veces se requieren luces adicionales, ya que no todos la iluminación de los espacios deportivos no siempre están adaptados para su captación televisiva.



Figura 2

PUNTO Y SEGUIDO

En la actualidad la concepción del deporte como producto entre la información y el entretenimiento está marcada más que nunca por su visibilidad audiovisual, especialmente televisiva. Cada vez más los equipamientos e indumentarias deportivas están condicionados por su presencia en las pantallas. La concepción del deporte como espectáculo determina en gran medida la manera de mostrar los elementos de la competición al espectador televisivo. Y es que los grandes eventos deportivos están financiados en un alto porcentaje por su producción televisiva, creándose una relación de interdependencia. Ya nadie duda que el deporte se haya convertido en un negocio muy rentable si logra altas cifras de audiencia, de difícil obtención en otro tipo de contenidos televisivos. De ahí que los operadores audiovisuales en su afán por mostrar con la máxima calidad sus contenidos utilicen los mejores recursos. En este contexto, el deporte de alta competición se ha ido adaptando a esta nueva situación, adoptando nuevas fórmulas que en ocasiones alteran sus reglas con objeto de ganar impacto social. Pero lejos de considerar esta dependencia necesaria entre deporte y televisión, las innovaciones tecnológicas del lenguaje audiovisual, como la alta definición y la reciente aplicación del sistema 3D están permitiendo beneficiar estéticamente la imagen del deporte renovándose más rápidamente.

La tecnología audiovisual ha permitido que la televisión se haya acercado como nunca lo había hecho hasta entonces al deporte. En los últimos años la digitalización ha permitido que se esté produciendo una integración entre los medios audiovisuales. La rápida expansión de Internet y la nueva televisión digital son una clara muestra del proceso de fusión entre la telefonía, la informática y la televisión en términos de comunicación y contenidos. Ade-

más, el espectador televisivo actual está ya acostumbrado a un elevado nivel de acción y quiere contemplar el deporte de la forma más precisa posible. El impacto de Internet en el deporte está creciendo impulsado por el desarrollo de aplicaciones multimedia, entre las cuales se incluye la retransmisión por televisión. La transformación de la telefonía móvil como dispositivo multimedia entra también a formar parte de todo este proceso integrador. En este sentido ya se plantean los derechos de emisión de los deportes a través de este dispositivo. Las federaciones deportivas, los patrocinadores y organizadores de eventos están haciendo ya preacuerdos con vistas a la predecir la futura emisión audiovisual a través de los teléfonos móviles. Los próximos Juegos Olímpicos de Rio 2016 podrán seguirse como nunca en directo de forma normal en alta resolución a través de dispositivos multimedia como teléfonos móviles, MP4 y cámaras digitales. La integración actual entre la televisión y los nuevos medios audiovisuales incrementarán la influencia televisiva en el deporte que favorecerán sin duda su difusión educativa y facilitarán un mayor sentido crítico.

BIBLIOGRAFÍA

DUNNING, E. **El fenómeno deportivo**. Barcelona, Paidotribo, 1999.

FANDIÑO, X. **La producción del ciclismo en televisión**. Santiago de Compostela, Tórculo, 2002.

GUTIERREZ, M. **Manual sobre valores en la educación física y el deporte**. Barcelona, Paidós, 2003.

LALLANA DEL RÍO, I. y KENNET, C. **Identificación de los deportistas de élite con los estereotipos sociales que transmiten los medios de comunicación: un caso de estudio en el Centro de Alto Rendimiento de San Cugat**. Barcelona, 2006. p.30-36

MARÍN, J. **La realización del deporte en televisión**. Tesis de doctorado. Sevilla, Departamento de Comunicación, Publicidad y Literatura, Universidad de Sevilla. 2006.

QUIROGA, S: "Argentina, Mundial y Televisión". **Revista Educación Física y Deportes**. nº16, 1999. <http://www.efdeportes.com/efd16/mundial.htm> Consulta en 26-09-2014

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA: **Banco de datos (CREA)** [en línea]. Corpus de referencia del español actual. <http://www.rae.es> Consulta en 02-10-2014

SCHUTTLTZ, B. **Sport Broadcasting**. Woburn, 2002.

WHANNEL, G. **Fields in vision**. Television Sports and Cultural Transformation. London, Routledge, 2002.

WHANNEL, G. "Television and the Transformation of Sport". In: **The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science**, nº625, 2009.